

«Le Web pour vous, c'est quoi : une passion ? un métier ? une religion ?» Chacun pourra, selon son tempérament, son degré d'initiation, ou son intime conviction, répondre à cette question qui fait partie intégrante du questionnaire auquel ont répondu les WebMasters gagnants et nominés du premier concours des Web d'or. Les résultats de l'élection par les «Net surfers» des meilleurs sites francophones, organisés dans le cadre de ce concours dans onze catégories dis-

Les Web d'or, issus d'une initiative privée, permettent à la fois de faire la promotion sur l'Internet de ce qui semble marginal : la francophonie, et celle en France de ce qui est finalement peu connu, le Web. Or, ce succès événementiel, qui est en train de faire date, n'a rien d'un hasard. En effet, la société qui l'a conçu et orchestré, France On Line, installée à Los Angeles depuis trois ans, préparait ce concours depuis un certain temps. À travers son serveur, cette société enregistre aujourd'hui plus de 300 000 connexions par mois. Non seulement la communauté française des États-Unis y trouve son compte, mais aussi et surtout les francophiles américains qui, lorsqu'ils désirent avoir des informations sur la France, sont renvoyés grâce aux

moteurs de recherche quasi instantanément sur... France On Line. Jean-Noël Frydman, son pdg, a en effet déposé astucieusement le domaine «france.com» il y a déjà quelques années.

«En Californie, dit-il, nous sentons la vitesse avec laquelle évolue l'Internet.

LES LAURIERS DE LA TOILE FRANCOPHONE

tinctes, ont en effet déjà été dévoilés depuis la mi-février. Bien connu au travers de son fameux logo sur lequel il faut cliquer pour élire le site de son choix, les Web d'or restent pourtant dans l'ombre. Qui organise ce concours et à quelle fin ? Comment se déroulent et se comptabilisent les votes, et donc quelle en est leur valeur ? En fin de compte, à quoi cela peut-il servir ?

Ces questions méritent une tentative de réponses tant ce premier concours, qui est appelé à se renouveler deux fois par an et donc à prendre de l'importance, est devenu un véritable phénomène au niveau du Web francophone. Il a cristallisé les attentions, a suscité chez les WebMasters des vocations, et a permis de stimuler les échanges entre internautes. Retour sur un succès peu ordinaire...

C'est un immense espace presque entièrement anglophone, qui intéresse de plus en plus les grosses entreprises. Nous sommes sensibles à cette évolution ; pour la petite histoire, notre société se trouve à moins d'un kilomètre du lieu où a été lancé le premier message électronique. Nous restons attachés à l'esprit des premiers internautes, et nous faisons en sorte de donner du contenu au réseau en défendant la francophonie.»

Visiblement, ce jeune homme expatrié semble défendre, autant qu'il le peut, l'individu seul, ingénieux, et imaginaire face à la puissance de feu des grosses sociétés. Il veut, dit-il, promouvoir la francophonie et résister, comme le font déjà très bien certains pays latins, à la déferlante anglo-saxonne ; faire en sorte que les pays francophones, aux premiers rangs desquels la France et le Québec, se regroupent et s'allient enfin, que les Web développent leurs qualités intrinsèques, et stimulent l'interactivité. Résumé de cette façon, on aurait presque l'impression de lire les bonnes résolutions adoptées à propos de la société de l'information, lors du dernier sommet francophone qui s'est tenu au Bénin en décembre. Les pays membres ont, en effet, insisté «sur l'urgente nécessité de développer des contenus en encourageant notamment la

création de serveurs francophones», peut-on lire sous http://www.culture.fr/culture/dgff/res_cot.htm Mais d'initiatives concrètes en cette matière, le moins que l'on puisse dire, c'est qu'il n'y en a pas eu beaucoup.

Élections à succès-votes contestés

Le projet des Web d'or de France On Line a non seulement anticipé les directions généreusement prises par ces pays, puisque le concours a été lancé le 23 novembre (sans aucun soutien des ministères concernés, soit-dit en passant), mais a surtout très vite largement dépassé les ambitions de ses artisans. «Je savais qu'il y avait un besoin, mais la vitesse de réaction m'a littéralement surpris», indique Jean-Noël Frydman. «Au départ, les WebMasters québécois ont réagi les premiers et pointaient largement en tête ; puis les Français se sont vite rattrapés, et pour une courte majorité l'ont emporté.» Au total, 50 000 votes ont permis de départager les Web inscrits dans les onze catégories, qui voient six sites français arriver en tête contre cinq lauréats québécois.

Pour autant, cette vitesse de réaction et ce succès événementiel ont été pris à parti. Deux critiques principales ont été soulevées. La première concerne la fiabilité des résultats, et souligne l'impossibilité d'éviter les triches et les fraudes. M. Frydman le reconnaît : «dans la mesure où un administrateur de systèmes peut créer des centaines, voire des milliers d'adresses sans en référer à aucune autorité, il peut créer des êtres virtuels représentés par des adresses e-mail réelles mais n'appartenant à personne d'autre que lui. Il peut tricher, mais notre robot repère la supercherie et élimine les votes enregistrés.» Apparemment, selon lui, beaucoup de petits malins ont voulu jouer à ce jeu car plus d'un quart des votes a dû être éliminé. France On Line estime que les résultats, après ce travail de détection et après lecture des votes domaine par domaine, minute par minute, sont fiables à 97%.

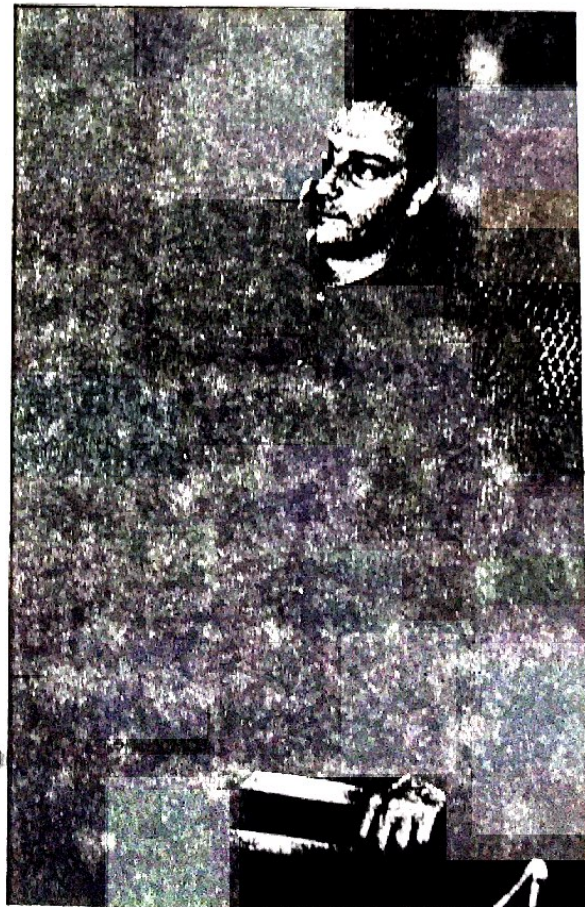
Une vitrine rentable

Courant janvier, les administrateurs de *Planète Québec*, de *Matinternet* et de *Infomatin*, se sont retirés du vote avec fracas, émettant la seconde critique, plus tendancieuse, qui frise le procès d'intention. Mais elle a, à défaut de pouvoir être prouvée, le mérite de mettre l'accent sur les dérives mercantiles qui peuvent se produire dans le cadre des fonctionnalités de l'Internet. Ainsi, certains ont développé ouvertement le soupçon que France On Line voulait se bâtir une immense banque

d'adresses électroniques francophones, dans le cadre d'une stratégie marketing, afin de la vendre au plus offrant. Non seulement, «Big brother is watching you» (cela c'est au moins un fait), mais en plus les entreprises, ses fidèles représentants, pourraient venir polluer votre boîte aux lettres électroniques. Agaçant. Jean-Noël Frydman s'en défend : «Je comprends que l'on puisse avoir cette crainte, mais elle n'est absolument pas fondée en ce qui me concerne. Certains l'agitent comme un épouvantail pour faire du sensationnalisme, ou d'autres parce qu'ils sont jaloux de notre succès, mais je vous le dis nettement, c'est idiot. Rien que l'idée que l'on puisse marchander de cette façon, je trouve cela honteux.»

D'ailleurs, en y réfléchissant bien, ce jeune chef d'entreprise a un moyen beaucoup plus avantageux à long terme de rentabiliser tous les investissements qu'il consacre aux Web d'or. Avec son site, à travers *france.com*, il devient une des portes d'entrée incontournables de l'espace francophone dans l'Internet. Il intéresse par là-même un certain nombre d'entreprises qui souhaitent se positionner et faire leur publicité sur ce média.

Hugues Demeude



Jean-Noël Frydman, l'initiateur des « Web d'Or »